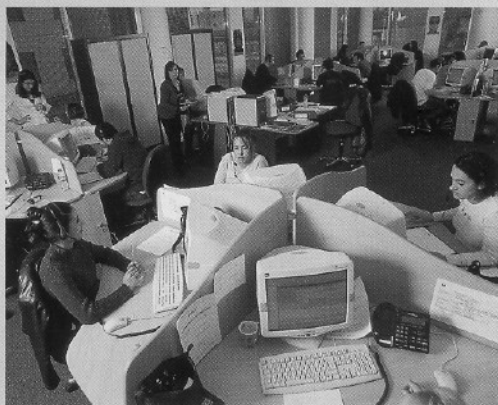


La relation client au cœur des conversations

Le 24 mars, la CCI accueille la 3^{ème} journée nationale des métiers de la relation client, coordonnée par l'Aderly. Cette manifestation, qui se tiendra conjointement dans une vingtaine de villes, entend apporter de l'information aux dirigeants envisageant la création d'un centre d'appel.

L'agglomération lyonnaise, en comptant 170 centres de relation client pour près de 9 000 emplois, se place juste derrière Paris dans un secteur en forte croissance et en professionnalisation constante. Au départ, il s'agissait de répondre aux demandes de renseignements et aux réclamations mais très vite, les dirigeants se sont rendus compte qu'ils disposaient là d'un précieux outil d'analyse des besoins et des profils. Les pme-pmi sont invitées à découvrir lors d'un petit-déjeuner débat, les modalités et les implications de la mise en place d'un centre d'appel. En effet, bien que ciblant principalement le grand public à travers trois thèmes (emploi, formation, témoignages), cette journée a pour vocation, et c'est une première, de faire se rencontrer les entreprises de plus de trente salariés et des professionnels oeuvrant au sein de structures de relation client. L'objectif est triple : apporter de l'information aux dirigeants envisageant la création d'une telle structure, faire témoigner les entrepreneurs ayant déjà développé ce type de service et enfin aborder les volets humains et techniques entrant dans la conception d'un centre de relation client. Une large place sera faite aux échanges entre participants et intervenants..

Les enjeux sont nombreux et loin d'être neutres. Depuis 10 ans, l'explosion des nouvelles technologies a provoqué un développement important du marché. La généralisation et la diversification des moyens de communication à distance ont conduit à établir de nouvelles relations avec les clients. Les centres de relation client se situent désormais au cœur de la stratégie des entreprises. Selon les demandes exprimées, des informations peuvent être transmises au service production (défauts de fabrication) ou aux personnes en charge de la logistique (problèmes de livraisons) ou enfin, et surtout, au département Marketing. Il est ainsi possible de concevoir des outils de promotion originaux et totalement adaptés ou d'envisager la création d'offres inédites. Le déploiement des centres de relation client répond aussi à une logique de coûts. Les entreprises ont en effet constaté qu'il est bien moins difficile de fidéliser un client que d'en



L'entreprise Intra Call Center installée à la Part-Dieu.

acquérir un nouveau. Et même s'il s'agit de conquérir des clients supplémentaires, la télé-prospection s'avère moins coûteuse que le porte-à-porte. Effet induit, la France compte aujourd'hui plus de 3 300 centres, ce qui représente un total supérieur à 210 000 emplois, soit 0,8 % de la population active. Cette évolution s'accompagne naturellement de nouveaux métiers et de la mise en place de normes de qualité (AFNOR NF 345). Le phénomène est tel que l'Etat, à travers le ministère de l'Emploi et de la Cohésion sociale et le ministère de l'Industrie travaille à la création de cadres législatifs.

PME-PMI : un nouveau regard sur votre relation client

Jeudi 24 mars : accueil et petit-déjeuner de 8h15 à 8h45 puis conférence de 8h45 à 10h15.
CCI, place de la Bourse, Lyon 2^e (salle Jacquard).
Inscription : 0 821 231 251*.

CHIFFRES CLÉS

- 75 000 créations d'emplois prévues d'ici 2007 en France dans ce secteur.
- 1,2 % en moyenne de la population active européenne.
- + 110 % d'évolution entre 1995 et 2000 sur la région lyonnaise.